

## BAB III

### OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *tourist experience* terhadap *behavioral intention* di Gunung Galunggung Tasikmalaya. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu *tourism experience* yang terdiri *escapist* ( $X_1$ ), dan *esthetic* ( $X_2$ ) dan *behavioral intention* sebagai variabel dependen (Y). Variable penelitian menurut Sugiyono (2014, hlm.59) adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya”.

Penelitian ini mengadaptasi dari Pine dan Gilmore (dalam Oh et al, 2007) yaitu *tourist experience* yang terdiri dari dua dimensi yang diteliti yaitu *escapist*, dan *esthetic* sebagai variabel bebas dan teori *behavioral intention* yang diadaptasi dari Chen dan Tsai (2006) yaitu keinginan untuk berkunjung kembali dan keinginan untuk merekomendasikan sebagai variabel terikat.

Objek penelitian ini adalah Gunung Galunggung dimana respondennya adalah wisatawan nusantara yang berkunjung Gunung Galunggung. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein Umar (2009, hlm.42) *cross sectional method* adalah penelitian dengan cara meneliti satu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja.

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang telah disebutkan sebelumnya, maka jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2014, hlm.56), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih yang berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan dan atau mencari hubungan variabel satu sama lain”. Sekaran dan Bougi (2010, hlm.105) menjelaskan pula tentang penelitian deskriptif sebagai berikut “*A descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristic of the variable of interest in*

*situation.*” hal tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memastikan dan dapat menggambarkan karakteristik dari setiap variabel yang diteliti dalam sebuah situasi. Penelitian deskriptif ini juga bertujuan untuk mendapat gambaran dari sebuah fenomena secara alami dan apa adanya. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Maholtra (2009, hlm.104) “penelitian verifikatif adalah penelitian untuk menguji kebenaran kausal, yaitu hubungan antara variabel dependen dan independen”. Penelitian verifikatif juga bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan. Hubungan dengan penelitian ini yaitu ingin mengetahui pengaruh *tourist experience* terhadap *behavioral intention* di Gunung Galunggung.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2012, hlm.12) metode *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian *relative, distributive* dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Penelitian ini melakukan *survey* informasi dari populasi dikumpulkan langsung di tempat secara empiris dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari populasi terhadap objek yang diteliti.

### 3.2.2 Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti dan bersifat saling mempengaruhi. Variabel tersebut adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel sebab atau sesuatu yang mengondisikan terjadinya perubahan dari variabel lain. Menurut Runyan dan Harber (dalam Silalahi, 2012, hlm.113) “*independent variabel is a variabel that is examined in order to determine its effects on an outcome of interest (the dependent variabel)*”.

Konsep operasional variabel dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur nilai dari variabel Y (*behavioral intention*) yang terdiri dari *willingness to recommend* dan *revisit intention*. Operasional variabel X yaitu *tourist experience* yang terdiri dari *escapist*, dan *esthetic* dan yang secara rinci disajikan pada tabel berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Tourist Experience</i> (X)	<i>Experience are events that engange individuals in personal way.</i> Pine dan Gilmore (dalam Oh et al, 2007, hlm.120)				
<i>Escapist</i> (X1)	Wisatawan akan aktif berpartisipasi dalam melakukan kegiatan dan terlibat dengan lingkungannya	Pengalaman di Gunung Galunggung ketika menjauh dari rutinitas sehari-hari	Tingkat pengalaman di Gunung Galunggung ketika menjauh dari rutinitas sehari-hari	Ordinal	1
		Pengalaman menjadi seseorang dengan karakter yang berbeda	Tingkat pengalaman menjadi seseorang dengan karakter yang berbeda	Ordinal	2
		Kenyamanan untuk merelaksasi diri	Tingkat kenyamanan untuk merelaksasi diri	Ordinal	3
		Kesegaran pikiran setelah melakukan perjalanan wisata	Tingkat kesegaran pikiran setelah melakukan perjalanan wisata	Ordinal	4
<i>Esthetic</i> (X2)	Wisatawan akan terlibat dengan lingkungannya tetapi mereka sendiri tidak terlalu aktif melakukan suatu kegiatan	Keindahan ketika melihat dan mendengar suara hewan di alam terbuka	Tingkat keindahan ketika melihat dan mendengar suara hewan di alam terbuka	Ordinal	1
		Keindahan pemandangan alam sepanjang perjalanan menuju Gunung Galunggung	Tingkat keindahan pemandangan alam sepanjang perjalanan menuju Gunung Galunggung	Ordinal	2

		Keindahan pemandangan alam di destinasi wisata Gunung Galunggung	Tingkat keindahan pemandangan alam di destinasi wisata Gunung Galunggung	Ordinal	3
		Keasrian lingkungan alam	Tingkat keasrian lingkungan alam	Ordinal	4
<i>Behavioral Intention (Z)</i>	Penilaian pengunjung tentang niat keinginan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi yang sama dan kesediaan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain (Chen dan Tsai, 2006: 1116)				
	Wisatawan bersedia untuk merekomendasikan destinasi wisata kepada saudara, teman, keluarga, dan orang lain.	<i>Willingness to recommend</i>	- Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Gunung Galunggung kepada orang lain	Ordinal	1
			- Tingkat frekuensi untuk merekomendasikan Gunung Galunggung kepada orang lain	Ordinal	2
			- Tingkat kesediaan membicarakan hal-hal positif tentang Gunung Galunggung kepada orang lain	Ordinal	3
			- Tingkat kesediaan untuk mengajak keluarga dan orang terdekat untuk datang ke Gunung Galunggung	Ordinal	4
	Kesediaan wisatawan untuk datang kembali ke destinasi yang sama	<i>Revisit Intention</i>	- Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Gunung Galunggung	Ordinal	5
			- Tingkat kesediaan untuk menempatkan Gunung Galunggung sebagai pilihan utama untuk	Ordinal	6

			dikunjungi kembali		
			- Tingkat kemungkinan untuk mengunjungi Gunung Galunggung di masa yang akan datang	Ordinal	7
			- Tingkat kesediaan untuk melakukan kunjungan ulang ke Gunung Galunggung	Ordinal	8

Sumber: diolah dari berbagai sumber literatur 2015

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder. Menurut Husein Umar (2009, hlm.42) mengemukakan “Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

1. Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan langsung dari sumbernya
2. Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau dibuat oleh organisasi yang bukan pengolahnya.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya
Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Tasikmalaya	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya
Daya Tarik Wisata Kabupaten Tasikmalaya	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya
Tanggapan responden terhadap <i>tourist experience</i> di kawasan wisata alam Kabupaten	Primer	Kuesioner kepada pengunjung

Tasikmalaya		
Tanggapan responden terhadap <i>behavioral intention</i> di Gunung Galunggung	Primer	Kuesioner kepada pengunjung

Sumber: Pengolahan dari berbagai sumber, 2015

### 3.2.4 Populasi, Sample, dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisis suatu data, menentukan populasi merupakan langkah pertama yang sangat penting. Sugiyono (2014, hlm.389) mengemukakan pengertian populasi sebagai berikut “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Malhotra (2009, hlm. 369) mendefinisikan populasi “*The total of all elements that share some common set of characteristics*” keseluruhan unsur-unsur yang terbagi dalam beberapa kumpulan karakteristik.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Gunung Galunggung pada tahun 2014 yang berjumlah 238.434 wisatawan.

#### 3.2.4.2 Sampel

Pegambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang presentatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang untuk menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2014, hlm.73), yang dimaksud dengan sampel adalah “bagian dari populasi itu”. Berdasarkan definisi yang didapat bahwa sampel hanyalah sebagian dari populasi dan mampu mewakili populasi, maka tidak mungkin keseluruhan dari populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu sampel diambil dari populasi yang sudah ditentukan sebelumnya untuk mempermudah proses pengumpulan data yang nantinya diperlukan dan akan digunakan dalam penelitian. Untuk menghitung sampel dilakukan dengan rumus Slovin (dalam Sujarweni, 2014, hlm.66) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (e=0,1)

Maka, dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{238.434}{1 + 238.434 (0,1)^2} \\
 &= \frac{238.434}{1 + 2384.34} \\
 &= \frac{238.434}{2385.34} \\
 &= 99,96 \\
 &= 100
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dengan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, maka jumlah sampel yang diteliti dibulatkan sebanyak 100 wisatawan nusantara yang berkunjung Gunung Galunggung.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2014, hlm.118) mengemukakan bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Teknik sampling yang digunakan dalam suatu penelitian harus dilakukan dengan tepat untuk menentukan sampel yang tepat pula untuk menentukan tingkat kualitas data yang diperoleh dan digunakan dalam sebuah penelitian. Pada dasarnya ada dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* Malhotra (2009, hlm.379). *Probability sampling* meliputi sampling acak sederhana (*simple random sampling*), sampling sistematis (*systematic sampling*), sampling distratifikasi (*stratified sampling*), dan sampling bergugus (*cluster sampling*). *Nonprobability sampling* meliputi *convenience sampling*, *judgement sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini wisatawan yang akan dijadikan sampel tersebar di seluruh populasi, maka penelitian ini menggunakan *systematic random sampling*. Menurut Sugiyono (2013, hlm.84) *systematic random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi

nomor urut. Peneliti melakukan pengambilan sampel sebanyak 100 orang responden.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Menurut Sugiyono (2014, hlm.193) menjelaskan bahwa terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu, kualitas instrument penelitian dan kualitas pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi kuantitatif dari responden (Sujarweni, 2014, hlm. 75) teknik penelitian yang diperlukan dan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara, adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden atau pihak terkait. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terhadap Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya untuk memperoleh informasi mengenai tingkat kunjungan dan permasalahan yang dialami di kawasan wisata yang ada di Kabupaten Tasikmalaya
2. Kuesioner/ Angket, merupakan cara mengumpulkan data melalui seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini ditujukan kepada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Gunung Galunggung. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *tourist experience* dan *behavioral intention*.
3. Observasi, Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu Gunung Galunggung.
4. Studi Literatur. Merupakan usaha-usaha yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari teori-teori yang telah dikemukakan oleh peneliti sebelumnya dari beberapa literatur yaitu jurnal, buku, skripsi, disertasi serta artikel-artikel yang berkaitan dengan variabel yang diteliti mengenai *tourist experience* dan *behavioral intention*.



Alat ukur yang digunakan untuk membuat pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yaitu dengan menggunakan *skala likert*. Menurut Malhotra (2009, hlm. 306) pengertian *skala likert* yaitu:

*A measurement scale with five response categories ranging from "strongly disagree" to "strongly agree" which requires the respondent to indicate a degree of agriment or disagreement with each of a series of statements related to the stimulus object.*

Setiap pertanyaan memiliki skor jawaban yang terdiri dari lima kategori yang terdiri dari kategori paling tinggi sampai paling rendah seperti yang terlihat pada gambar 3.1 berikut:

Strongly Agree	Agree	Neither Agree Nor Disagree	Disagree	Atrongly Disagree
5	4	3	2	1

Sumber: Malhotra (2009, hlm. 306)

**GAMBAR 3.1**  
**SKOR SETIAP ITEM PERNYATAAN**

### 3.2.6 Uji Validitas dan Reabilitas

Data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu, data menjadi hal penting dalam suatu penelitian. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, maka setelah terkumpul kuesioner dari para responden, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah *n tourist experience* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* (variabel Y) atau tidak.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uji validitas perlu dilakukan untuk mengetahui tepat atau tidaknya kuesioner yang akan disebar. Validitas menurut Sugiyono (2012, hlm.169) adalah instrument yang mempunyai validitas internal atau rasional, bila kriteria yang ada dalam instrument secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan Malhotra (2009, hlm.36) mengemukakan definisi dari validitas adalah

sejauh mana perbedaan bendar dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematis atau acak.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson. Rumus teknik korelasi *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadran dalam skor distribusi Y
- n = Banyak responden

Uji validitas dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Item pernyataan yang diteliti dikatakan valid apabila tingkat signifikan < 0,05
2. Item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila tingkat signifikan > 0,05

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *IBM SPSS (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*, maka diperoleh hasil pengujian validitas item-item pertanyaan dari sebanyak 30 responden sebagai berikut:

**TABEL 3.3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *TOURIST EXPERIENCE* DAN**  
***BEHAVIORAL INTENTION***

No.	Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
<i>Tourist Experience</i>					

No.	Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
<i>Escapist</i>					
1	Berkunjung ke Gunung Galunggung memberikan pengalaman dengan menjauh dari rutinitas sehari-hari	0,589	0,001	< 0,05	Valid
2	Berkunjung ke Gunung Galunggung memberikan pengalaman menjadi seseorang dengan karakter berbeda	0,632	0,000	< 0,05	Valid
3	Kenyamanan setelah berkunjung ke Gunung Galunggung untuk merelaksasi diri	0,742	0,000	< 0,05	Valid
4	Kesegaran pikiran setelah melakukan perjalanan wisata dari Gunung Galunggung	0,676	0,000	< 0,05	Valid
<i>Esthetic</i>					
5	Melihat dan mendengar suara hewan di alam terbuka ketika berkunjung ke Gunung Galunggung	0,775	0,000	< 0,05	Valid
6	Keindahan pemandangan alam sepanjang perjalanan menuju Gunung Galunggung	0,771	0,000	< 0,05	Valid
7	Keindahan pemandangan alam di destinasi wisata Gunung Galunggung	0,706	0,000	<0,05	Valid
8	Keasrian lingkungan alam di destinasi wisata Gunung Galunggung	0,669	0,000	<0,05	Valid
<b><i>Behavioral Intention</i></b>					
<i>Willingness to Recommend</i>					

No.	Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
9	Kesediaan untuk merekomenda-sikan Gunung Galunggung kepada orang lain	0,596	0,001	< 0,05	Valid
10	Frekuensi untuk merekomendasikan Gunung Galunggung kepada orang lain	0,731	0,000	< 0,05	Valid
11	Kesediaan membicarakan hal-hal positif tentang Gunung Galunggung kepada orang lain	0,496	0,005	<0,05	Valid
12	Kesediaan untuk mengajak keluarga dan orang terdekat untuk datang ke Gunung Galunggung	0,801	0,000	<0,005	Valid
<b>Revisit Intention</b>					
13	Keinginan untuk berkunjung kembali ke Gunung Galunggung	0,808	0,000	< 0,05	Valid
14	Kesediaan untuk menempatkan Gunung Galunggung sebagai pilihan utama untuk dikunjungi kembali	0,569	0,001	< 0,05	Valid
15	Kemungkinan untuk mengunjungi Gunung Galunggung di masa yang akan datang	0,777	0,000	<0,005	Valid
16	Kesediaan untuk melakukan kunjungan ulang ke Gunung Galunggung	0,806	0,000	<0,005	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2015

Data pada Tabel 3.4 merupakan hasil pengolahan data pengujian validitas dari setiap item pernyataan mengenai *tourists experience* dan *behavioral intention* yang diperoleh dari sebanyak 30 responden yang merupakan wisatawan yang berkunjung ke Gunung Galunggung. Hasilnya pengujian validitas tersebut menyatakan bahwa setiap item pernyataan valid karena tingkat signifikan kurang dari 0,05. Dengan demikian pernyataan pada instrumen ini dinyatakan sah.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Jika suatu alat ukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel. Menurut Sujarweni (2014, hlm.85) Uji realibilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kantruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus alpha.

Koefisien *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70.

*Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Rumus *Cronbach Alpha* merupakan rumus yang digunakan untuk menguji kerealibilitas suatu instrumen (Sujarweni, 2014, hlm. 86), yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Realibilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = Varian total

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$\sigma$  = Nilai varian

$x$  = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS *TOURIST EXPERIENCE* DAN *BEHAVIORAL INTENTION***

No.	Variabel	C $\sigma$ hitung	C $\sigma$	Keterangan
1	<i>Tourist Experience</i>	0,887	> 0,70	Reliabel
2	<i>Behavioral Intention</i>	0,850	> 0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2015

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*, menunjukkan nilai *alpha cronbach* lebih dari 0,70 dan dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian penelitian mengenai *tourist experience* dan *behavioral intention* pada instrumen ini dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013, hlm.428) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu menguji signifikansinya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu:

1. Analisis deskriptif mengenai *tourist experience* yang terdiri dari *escapist*, *esthetic*.
2. Analisis mengenai *behavioral intention* yang terdiri dari *willingness to recommend* dan *revisit intention*.

#### **3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif**

Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1) Menyusun data

Kegiatan ini untuk untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

##### 2) Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan,

- a. Memberikan skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun rangking skor pada setiap variable penelitian

##### 3) Menganalisis data

Merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistic, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

##### 4) Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linear berganda

#### **3.2.7.3 Pengujian Hipotesis**

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variable independen (X) yaitu *tourist experience* yang terdiri dari

*escapist* (X1) dan *esthetic* (X2) terhadap variable dependen (Y) yaitu *behavioral intention*.

Oprasi matematika tidak berlaku untuk data ordinal, maka dalam proses merubahnya menjadi data interval dipakai proporsi untuk menentukan nilai dari setiap point angka ordinal. Pada penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variable sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Untuk lebih jelasnya proses analisis regresi berganda akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap hasil jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh dari setiap pertanyaan, digunakan perhitungan proporsi (p) pada setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
- d. Untuk setiap pertanyaan, tentukan nilai Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban
- e. Tentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui rumus berikut:

$$Scale\ Value = \frac{x(Density\ at\ lower\ linier) - (Density\ at\ upper\ linier)}{(Area\ below\ upper\ linier) - (Area\ below\ lower\ linier)}$$

- f. Menghasilkan hasil transformasi dari setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan berikut:

$$Score = scale\ value\ minimum + 1$$

- g. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

#### 3.7.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hermawan (2009, hlm. 220) menyatakan bahwa regresi linier



berganda merupakan suatu model statistik yang sesuai jika masalah penelitian mencakup satu variabel terikat (*dependent*) yang berskala pengukuran metrik (interval atau rasio), yang diduga dapat diprediksi oleh variabel-variabel *independent* yang berskala metrik (interval atau rasio).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan mengetahui hubungan positif atau negative dari masing-masing variabel independen tersebut. Dan analisis tersebut dapat memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu  $X_1 = \textit{Escapist}$  dan  $X_2 = \textit{Esthetic}$ . Dan variabel dependen yaitu *behavioral intention* (Y). Model persamaan regresi berganda merupakan langkah yang dilakukan untuk menghitung analisis regresi berganda. Persamaan regresi berganda dirumuskan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(Sugiyono, 2012, hlm.277)

Keterangan :

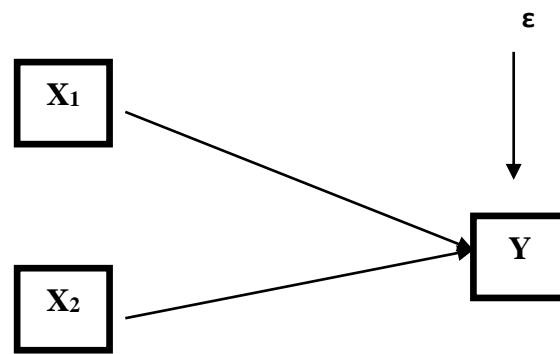
a = konstanta

b = koefisien regresi

$X_1 = \textit{Escapist}$

$X_2 = \textit{Esthetic}$

Menurut Sugiyono (2012, hlm.277) analisis regresi linier berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikan-turunkan nilainya). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut ini



**GAMBAR 3.2**  
**REGRESI LINIER BERGANDA**

Keterangan:

$X_1$  = *Escapist*

$X_2$  = *Esthetic*

$Y$  = *Behavioral Intention*

$\varepsilon$  = *Epsilon* (variabel lain yang tidak diteliti)

Sebelum penggunaan alat analisis regresi untuk mengestimasi suatu model dengan sejumlah data, maka biasanya untuk beberapa masalah yang muncul dan perlu terlebih dahulu diadakan pengujian asumsi klasik, sebagai berikut:

### 1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, maupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus dipenuhi, yaitu data berasal distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam Uji

normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05, (Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*).

## 2. Uji Asumsi Heteroskedustisitas

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Dasar analisisnya adalah bahwa jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas. Sebaliknya jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. (Ghozali, 2005: 105).

## 3. Uji Multikolineritas

Multikolerasi adalah situasi adanya kolerasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam analisis regresi. Dua parameter yang paling umum digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* dan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila VIF menjauhi 1 atau nilai *tolerance* menjauhi 1. Untuk mengetahui terjadinya multikolineritas dalam penelitian digunakan nilai VIF dengan bantuan SPSS 20 *for window* yang menurut Suliyanto (2005:73) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data yang akan di uji multikolineritas di *data view*, sedangkan di *variabel view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu klik *regression*, kemudian klik *linier*. Masukkan variabel y pada kotak *dependent*, dan variabel x pada kotak *independent*. Setelah itu klik *statistic* pada *regression coefficient*.

- b. Lalu aktifkan *covariance matrix* dan *collinearity*, nonaktifkan *estimates* dan model *fit* lalu klik *continue*.
- c. Pada *coefficients* model dikatakan tidak terjadi multikolinier apabila nilai  $VIF < 5$  menurut Algifari (2000) dalam Suliyanto (2005:63).

#### 4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Menurut Silalahi (2009:375), jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, mengindikasikan satu korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain, tanpa kecuali. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.5**  
**INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

**Sumber : Suharsimi Arikunto (2010:178)**

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Dalam hal ini analisis regresi berganda digunakan mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat).

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan  $dk (n-2)$  serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

### A. Secara Simultan

1.  $H_0 : \rho = 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *tourist experience* yang terdiri dari *escapist* ( $X_1$ ), *esthetic* ( $X_2$ ), terhadap *behavioral intention* wisatawan di Gunung Galunggung.

2.  $H_1 : \rho \neq 0$

Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *tourist experience* yang terdiri dari *escapist* ( $X_1$ ), *esthetic* ( $X_2$ ), terhadap *behavioral intention* wisatawan di Gunung Galunggung.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f dihitung dengan rumus :

$$f = \frac{R^2(N - M - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

m = Jumlah predictor

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

### B. Secara Parsial

1.  $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *escapist* terhadap *behavioral intention*

$H_1 : \rho \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan antara *escapist* terhadap *behavioral intention*

2.  $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *esthetic* terhadap *behavioral intention*

$H_1 : \rho \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan antara *esthetic* terhadap *behavioral intention*

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Distribusi Normal

r = Koefisien Korelasi

n = Banyaknya data

Kriteria pengambil keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} \geq t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$

Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$